communication médicale

La communication médicale en tant que telle est assez récente, après les agences spécialisées les grands groupes créent leur propre filiale médicale.

Objectif :

Réussir la conception d'argumentaires de vente, d'aides-visite, ou d'annonces pour la presse spécialisés destinés aux médecins, créer une identité et un concept qui devront perdurer dans le temps, à l'intérieur d'un cadre très spécifique et réglementé, par le ministère de la santé et les laboratoires concernés.

Public :

Ce stage s'adresse aux nouvelles structures attirées par cet univers particulier de la communication. Aux directeurs artistiques attentifs a un esthétisme plus que jamais en congruité avec le produit, soucieux d'optimiser leurs créations sur des bases codifiées. Aux médecins-conseils présents au sein des agences, désireux de s'informer sur la conception et la réalisation des campagnes de communication. Aux pharmaciens en constante demande d'informations. Ainsi qu'aux délégués médicaux.

Pré-requis :

Cette formation s'adresse à un public très large.

Contenu :

Univers médical, un monde à part entière
Communication claire, esthétique
Codes spécifiques à la communication médicale
Plus que jamais le symbolisme
Couleur du produit : une recherche attentive
Des illustrateurs formés à cette discipline
Concevoir un plan de communication au long terme
Package et sa durée de vie
Pourquoi l'aval du ministère de la santé ?
Contraintes techniques
Mentions légales

Délégué médical
D.C.I

Audit gratuit et sans engagement

Les acquis sont vérifiés tout au long du stage et validés par un test final.
Un suivi back-office est assuré gratuitement en ligne par nos formateurs.
Une attestation de stage est remise au participant le dernier jour.

Un livre-support de cours est compris dans la formation.